

## **La transformación digital ante la crisis: Pasos clave para el cambio**

**Autor:** Dra. Judith Cruz Sandoval, Directora académica del Departamento de Ciencias de la Comunicación, UDLAP

La presencia digital de las empresas sin duda se ha vuelto más relevante durante estas semanas de aislamiento. Desde que tenemos limitadas las actividades en el exterior, buscamos empresas que lleguen a nuestra puerta y traigan a casa los productos que necesitamos para estar cómodos y nos hagan más llevadera la cuarentena.

Realizar compras en línea ya es algo habitual para muchos; podemos pedir libros, maquillaje, ropa, alimentos... básicamente cualquier cosa que deseemos. Sin embargo, si revisáramos los sitios en los que habitualmente compramos, es probable que notemos que son grandes empresas o franquicias ya establecidas que podrán afrontar mejor la crisis económica que se avecina.

En México, como lo han señalado los expertos, las pymes serán las que sufran el mayor golpe pues pocas podrán reinventarse o redefinir su estrategia para salir a flote. En este sentido, la incorporación de herramientas tecnológicas y la presencia en los medios digitales se vuelve una necesidad para llegar la gente, y ahora, es el momento decisivo.

Para llevar a cabo este cambio, las empresas que no lo hayan hecho aún, necesitan reconocer que el mundo ya no será el mismo y que deben dar el salto al mundo digital ahora o será muy tarde. Ya lo dijo Bill Gates hace años, "*habrá dos tipos de negocios en el siglo XXI: aquellos que estén en el Internet y aquellos que ya no existan*".

Esta **transformación digital**, no es más que "el uso de la tecnología digital con la intención de mejorar radicalmente la actuación y alcance de las empresas<sup>1</sup>". Pero este proceso no solo implica que la organización implemente nuevas tecnologías, sino que también se someta a un cambio en su cultura organizacional para tener éxito en la adopción de estos nuevos modelos de operación y visión empresarial.

Este cambio, sin duda presentará un reto y requerirá de un alto compromiso de la empresa, así como de un líder con una clara visión de su futuro. Recordemos, la transformación digital no es solamente la implementación de tecnología, es un cambio en su estrategia y cultura que necesita de un plan de comunicación que permita entender todos los cambios internos y externos que se implementarán.

¿Y cómo iniciar la transformación digital?

- ✓ El primer paso es realizar un *análisis de la situación actual de la empresa*, evaluar la estrategia digital actual –si se tiene- y definir a dónde se quiere llegar.
- ✓ A continuación, *los clientes*. Conocer su perfil digital, qué medios utiliza, cómo los usa, qué espera y por qué utilizaría tu servicio, por ejemplo.
- ✓ Considerar que el cambio deberá ser *por etapas* y que toda la organización debe estar involucrada. Asimismo, es indispensable determinar las áreas en las que se iniciará esta transformación para establecer los cambios en la forma de trabajo y visualizar el impacto que tendrá en nuestros clientes.
- ✓ Capacitación. Indispensable para obtener un buen desempeño y ver resultados tangibles.
- ✓ Monitoreo y evaluación de resultados. Siempre llevar un registro de los resultados obtenidos y determinar si son los esperados. Una evaluación periódica permite hacer modificaciones oportunas y mejorar los procesos.

Ya no podemos resistirnos al cambio, la tecnología está para ayudarnos y podemos utilizarla para prevalecer.

ADENDUM

Si tienes una pyme y quieres saber más sobre herramientas digitales, la página de Pepe y Toño<sup>2</sup> <https://www.pepeytono.com/herramientas-de-apoyo> tiene varios artículos y recursos para consulta libre.

## Referencias

[1] Flor García, J. J. (2015). La transformación digital como medio de creación de valor de las empresas.

[2] Pepe y Toño. <https://www.pepeytono.com/herramientas-de-apoyo>.

**Acerca del autor:**



Doctora y Maestra en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Autónoma de Barcelona, Maestra en Mercadotecnia por la Southern New Hampshire University, egresada de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de las Américas Puebla. Realizó prácticas profesionales en Washington en la reconocida agencia de relaciones públicas The Rendon Group, además de trabajar como consultora en este rubro a nivel internacional para diversas empresas durante su residencia en España. Es miembro de la Public Relations Society of America desde 2013. La Dra. Cruz se define a sí misma como una persona dedicada y perseverante, con buen humor, organizada y honesta. Busca generar investigaciones novedosas que puedan incorporarse en el salón de clases. Lo que más disfruta de la docencia es ver como generación tras generación los estudiantes han triunfado en el ámbito profesional, corroborar que la preparación personal transmitida a los estudiantes tiene repercusiones en sus vidas, lo cual la motiva a seguir dando clases. Cuenta con más de 13 años de experiencia docente en instituciones de prestigio como el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Puebla y la Universidad de las Américas Puebla, donde actualmente labora como Directora Académica del Departamento de Comunicación, imparte clases en licenciatura y maestría, además de colaborar con UDLAP Consultores.

Tags: Academia UDLAP, Dra. Judith Cruz Sandoval, Transformación digital, crisis, herramientas digitales, pymes, medios digitales, cultura corporativa, cultura organizacional, comunicación organizacional, tecnología